

ДИНАМИКА ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ В РАЗРЕЗЕ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ

Е.С. Соболева, В.А. Колпакова, Ю. Я. Кацман, В.В. Спицын
(г. Томск, Томский политехнический университет)
katsman@tpu.ru; spitsin_vv@mail.ru

DYNAMICS OF FINANCIAL INDICATORS FOR RUSSIAN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES BY TYPES OF OWNERSHIP

E.S. Soboleva, V.A. Kolpakova, Yu. Ya. Katsman, V.V. Spitsin
(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Abstract.. This paper investigates the variance for two main financial indicators (Revenues and Profits) of food industry enterprises (DA subsection) broken down by types of ownership. Research method is variance analysis of enterprises financial indicators. Research period is 2011-2015. We found that enterprises in foreign and joint ownership are larger than domestic enterprises by revenue and assets. We revealed the steady annual growth for enterprises in foreign and domestic ownership but problems with the growth for enterprises in joint ownership. The research shows that foreign investors are interested in creating large enterprises in Russian food industry that manufacture products for the whole territory of Russia, and, on the contrary, are not interested in creating small and medium-sized enterprises. Enterprises in joint ownership have become less attractive to foreign investors and their development was suspended during the period under review.

Key words: food industry, enterprises, Russian and foreign ownership, revenue, assets, dynamics, variance analysis

Сравнительный анализ показателей пищевой промышленности России в разрезе форм собственности представляется актуальным в современных условиях [1-4]. Многие крупнейшие предприятия пищевой промышленности России находятся в иностранной собственности (ИС), или совместной собственности (СС). Среди таких предприятий, в частности, отметим следующие:

- предприятия в ИС – Марс (ООО), Пепсико Холдингс (ООО), Нестле Россия (ООО);
- предприятия в СС – Пивоваренная Компания Балтика (ООО), Пивоварня Москва – Эфес (АО), Сан Инбев (АО).

Анализ статистических данных, представленных Росстатом [5], показывает, что доля предприятий в ИС и СС составляла 29% в отгруженной продукции всей пищевой промышленности России.

Настоящая работа будет посвящена исследованию важнейших финансовых показателей предприятий пищевой промышленности России в разрезе форм собственности в статике и динамике. Целью работы будет выявление различий между предприятиями в РС, ИС и СС. Метод исследования - дисперсионный анализ [6]. Объект исследования – предприятий в РС, ИС, СС. Анализируемые показатели - выручка и активы. Период исследования: 2011-2015 гг.

Методика исследования.

1. Сформированы следующие выборки предприятий для анализа:

- предприятия в РС – 362;
- предприятия в ИС – 68;
- предприятия в СС – 26.

Критерием включения предприятия в выборку являлся объем выручки за период 2011-2015 годов ежегодно не менее 1 млрд. руб. По сформированным выборкам из системы СПАРК [7] получены данные о ежегодных значениях выручки и активов указанных предприятий за период 2011-2015 гг.

2. Проверка соответствия распределений исследуемых показателей нормальному закону распределения.

3. Проведен дисперсионный анализ различий в абсолютных значениях показателей выручки и активов между предприятиями в разрезе форм собственности.

4. Выполнен дисперсионный анализ динамики выручки и активов предприятий в разрезе форм собственности за период 2011-2015 гг.

Результаты исследования. Проверка распределений исследуемых показателей позволила выявить их статистически значимые отличия от нормального закона распределения. В связи с этим в дальнейшем исследовании при тестировании статистических гипотез приоритет отдавался непараметрическим критериям проверки гипотез.

1. Дисперсионный анализ различий в абсолютных значениях показателей выручки и активов между предприятиями в РС, ИС и СС.

Средние значения и 95% доверительные интервалы и выручки и активов предприятий по усредненным данным за период 2011-2015 гг. в разрезе форм собственности представлены на рис. 1, 2.

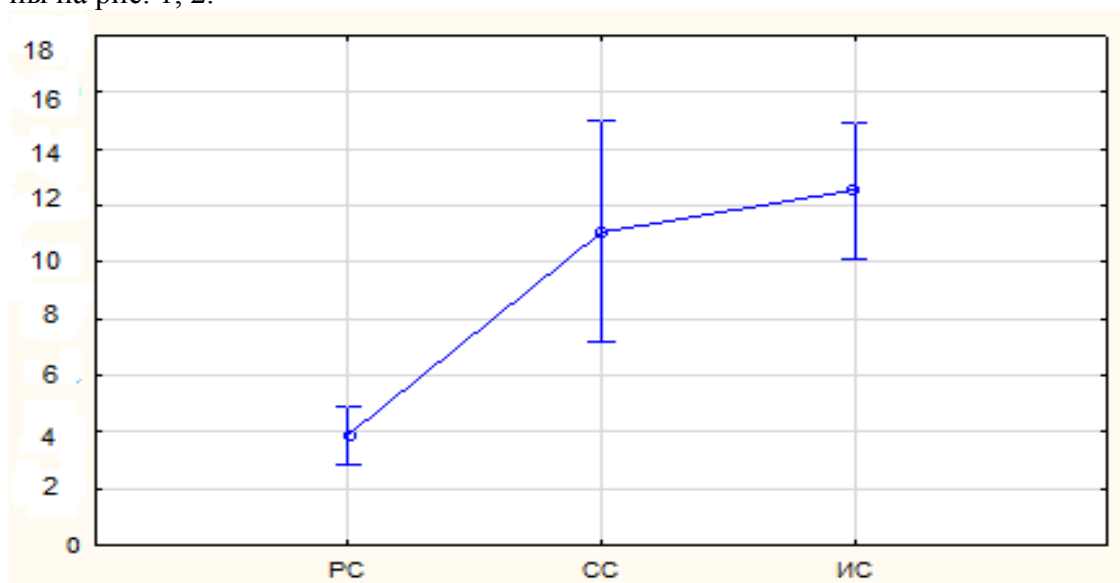


Рис. 1. Выручка предприятий в разрезе форм собственности за 2011-2015 гг., млрд. р.

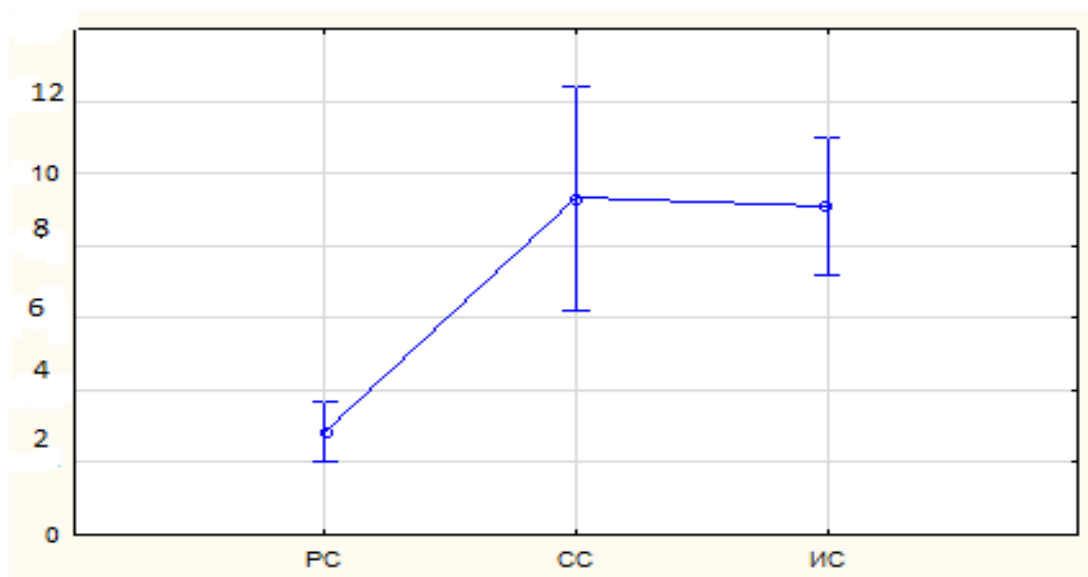


Рис. 2. Активы предприятий в разрезе форм собственности за 2011-2015 гг., млрд. р.

Представленные на рис. 1 и 2 данные показывают, что предприятие в ИС и СС значительно крупнее предприятий в РС как по выручке, так и по активам. В частности, согласно

множественным сравнениям **выручки** по непараметрическому критерию Краскела-Уоллиса по данным за 2014 и 2015 гг. выявлены:

1. по выручке:

- статистически значимые различия выручки между предприятиями в РС и СС ($p_{ку} = 0,0066$ и $0,048$ соответственно) – однако очевидно сокращение различий;

- сильно значимые различия выручки между предприятиями в РС и ИС ($p_{ку} = 0,0008$ и $0,0017$ соответственно) – различия остаются значительными;

2. по активам:

- статистически значимые различия активов между предприятиями в РС и СС ($p_{ку} = 0,017$ и $0,019$ соответственно);

- высоко значимые различия активов между предприятиями в РС и ИС ($p_{ку} = 0,0002$ и $0,00004$ соответственно).

Таким образом, учреждая в России дочерние и зависимые предприятия, иностранные инвесторы стремятся создавать именно крупные предприятия, которые производили бы продукцию для всей страны. Средний размер выручки таких предприятий составляет порядка 10 млрд. р. Создание средних и малых предприятий представляется для иностранных инвесторов непривлекательным и таких предприятий не много, по сравнению с российскими.

2. Дисперсионный анализ динамики выручки и активов предприятий в разрезе форм собственности за период 2011-2015 гг.

Динамика средних значений с 95% доверительными интервалами выручки и активов предприятий за период 2011-2015 гг. в разрезе форм собственности представлены на рис. 3, 4.

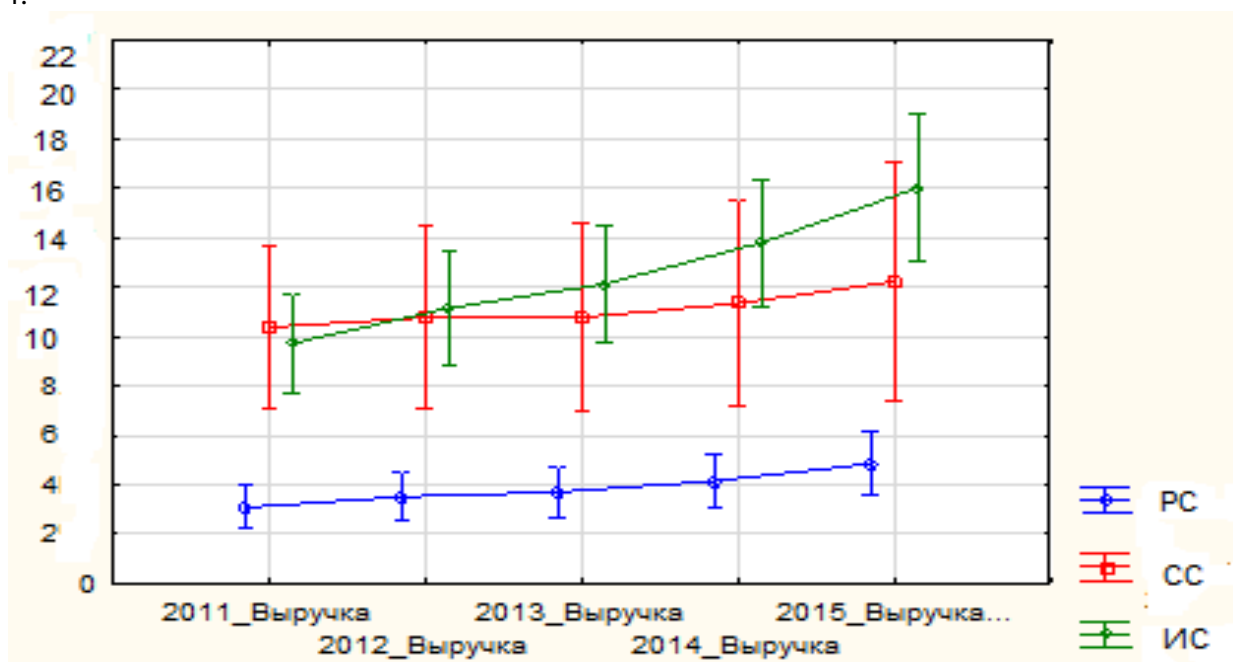


Рис. 3. Динамика выручки предприятий в разрезе форм собственности, млрд. р.

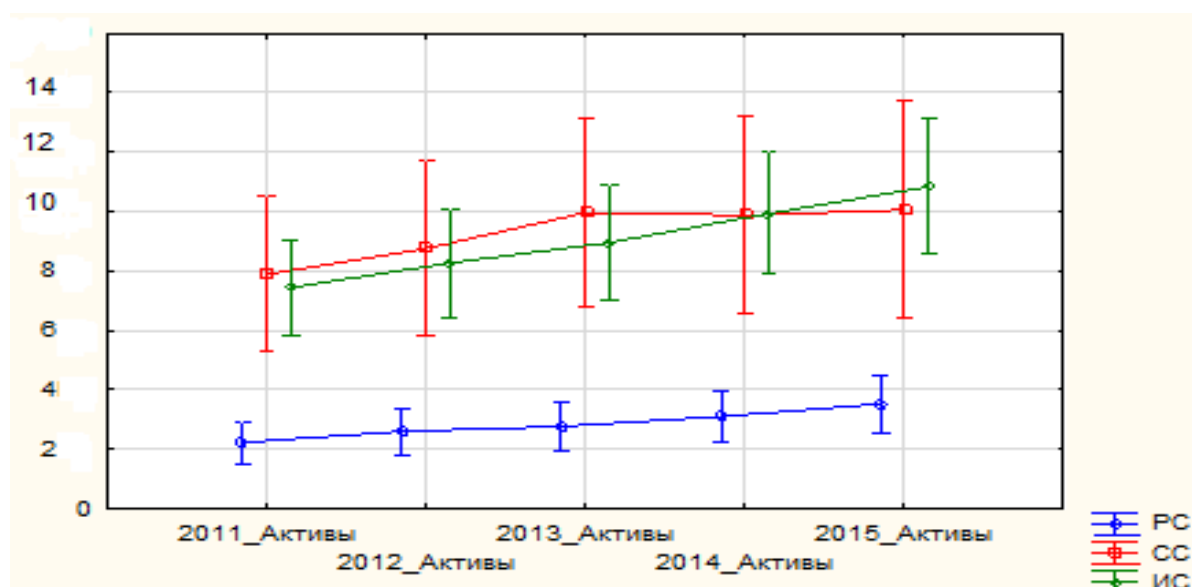


Рис. 4. Динамика активов предприятий в разрезе форм собственности, млрд. р.

На представленных графиках хорошо видны статистически значимые различия в средней выручке и активах между предприятиями в РС и предприятиями в ИС и СС. Эти различия сохраняются в течение всего исследуемого периода.

Отметим также визуальные проблемы с ростом средней выручки (за весь период) и средних активов (за 2014-2015 гг.) у предприятий в СС (рост незначителен или отсутствует). В то время как предприятия в РС и ИС демонстрируют стабильный ежегодных прирост выручки и активов за весь период. Однако различия по средней выручке в 2015 году между предприятиями в ИС и СС остаются незначимыми.

Анализ значимости различий показателей выручки и активов между годами в разрезе форм собственности проводился с помощью критерия Вилкоксона. Результаты (значение вероятности по критерию Вилкоксона - рв) между соседними годами представлены в табл. 1.

Таблица 1. Дисперсионный анализ динамики выручки и активов предприятий в разрезе форм собственности (рв)*

Предприятия	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Выручка				
РС	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
СС	0,001203	0,291876	0,077538	0,024595
ИС	0,000001	0,000009	0,000000	0,000005
Активы				
РС	0,00	0,000000	0,000000	0,000000
СС	0,020131	0,020131	0,002210	0,218024
ИС	0,000002	0,000000	0,000001	0,000026

* значимость различий в зависимости от значения р:

$p > 0,05$ – незначимые различия

$0,05 > p > 0,005$ – статистически значимые различия;

$0,005 > p > 0,0005$ – сильно значимые различия;

$0,0005 > p$ – высоко значимые различия.

Представленные данные подтверждают:

- стабильный ежегодных прирост выручки и активов за весь период у предприятий в РС и ИС (высоко значимые различия средних между годами);
- выявленные визуально проблемы с ростом средней выручки и средних активов у предприятий в СС (рост на уровне статистически значимого в отдельные годы и отсутствие роста выручки за 2013-2014 гг. и роста активов в 2015 году).

Таким образом, предприятия в СС являются менее привлекательными для иностранных инвесторов и в исследуемый период их развитие приостановилось. Этот вывод подтверждают данные Росстата, согласно которым доля предприятий в СС снизилась с 10% до 7% в отгруженной продукции пищевой промышленности России за 2011-2016 гг. (рассчитано авторами согласно [5]).

Вывод.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы относительно предприятий в ИС, СС и РС в пищевой промышленности России.

1. Предприятия в ИС и СС значительно крупнее по размерам, чем предприятия в РС. Иностранные инвесторы заинтересованы в создании крупных предприятий, производящих продукцию для всей России, и напротив, не заинтересованы в создании малых и средних предприятий, которых не много по сравнению с предприятиями в РС.

2. Выявлен устойчивый ежегодный положительный рост основных финансовых показателей (выручка, активы) у предприятий в РС и ИС за период 2011-2015 гг.

3. Определены проблемы с ростом основных финансовых показателей (выручка, активы) у предприятий в СС за период 2011-2015 гг. Предприятия в СС стали менее привлекательными для иностранных инвесторов и в исследуемый период их развития приостановилось.

Полученные результаты исследования показывают тенденции развития предприятий пищевой промышленности России в разрезе форм собственности, которые необходимо принимать во внимание, при государственном регулировании развития данной отрасли. В частности, определённой проблемой является приостановление развития предприятий в совместной собственности.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта РФФИ «Динамическое моделирование развития российских, иностранных и совместных промышленных предприятий в России в условиях экономических санкций», проект № 17-06-00584-а.

ЛИТЕРАТУРА

1. Трифонов А.Ю., Спицын В.В., Михальчук А.А., Рыжкова М.В., Новосельцева Д.А., Гуменников И.В. Развитие пищевой промышленности России в разрезе форм собственности и регионов // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 9-2. – С. 429-435. Доступно по ссылке: URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40762>
2. Спицын В.В., Спицына Л.Ю., Рыжкова М.В. Экономическая результативность развития российских и иностранных предприятий в условиях экономических санкций // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. № 9. С. 240-150. Доступно по ссылке: URL: <http://publishing-vak.ru/file/archive-economy-2016-9/21-spitsin.pdf>
3. Трифонов А.Ю., Михальчук А.А., Спицын В.В., Новосельцева Д.А., Гуменников И.В. Анализ инвестиционной активности российских и иностранных предприятий по производству машин и оборудования // Фундаментальные исследования – 2015. - №12-5 – С. 1059-1066. Доступно по ссылке: URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39679>
4. Трифонов А.Ю., Михальчук А.А., Спицын В.В., Новосельцева Д.А. Сравнительный анализ экономических и социальных результатов российских и иностранных предприятий по производству машин и оборудования //Фундаментальные исследования – 2015. - №

11-3. – С. 611-616. Доступно по ссылке: URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39470>

5. Материалы сайта Росстат. Доступно по ссылке: URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/feedback/ (дата обращения: 23.10.2017)

6. Халафян А.А., Боровиков В.П., Калайдина Г.В. Теория вероятностей, математическая статистика и анализ данных: Основы теории и практика на компьютере. STATISTICA. EXCEL.– Москва URSS, 2016. – 317 с.

7. Официальный сайт «Информационного ресурса СПАРК». Доступно по ссылке: URL: <http://www.spark-interfax.ru/> (дата обращения: 23.10.2017)

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Титова В. В.

*(Новосибирск, Новосибирский Государственный Технический Университет)
viktoria.titova15@yandex.ru*

PROMOTION IN SOCIAL NETWORKS

Titova Victoria Vladimirovna

(Novosibirsk, Novosibirsk State Technical University)

Abstract. This article describes ways to promote a unique project in social networks. Given the pros and cons of hiring professional promoters. In detail the basics of creating and maintaining communities and groups.

Keywords: social network, community, project promotion, subscribers, Internet Marketing

С каждым днем социальные сети занимают все большую часть нашего времени. Новости, видео, картинки, переписки — это то, куда направлено все наше внимание, как только мы попадаем в Интернет. Следовательно, если мы желаем обратить внимание друзей, знакомых или просто окружающих нас людей на какую-либо вещь, мы выкладываем ее в Интернет. Современный интернет — это постоянно меняющаяся инновационная среда. Времена постепенного накопления данных и однонаправленного движения информационных потоков ушли в прошлое. Сейчас эти потоки движутся во всех направлениях, попадая к пользователям в различных форматах и при помощи разных платформ и устройств. Массовое распространение социальных сетей и мобильный интернет привели к революции в сфере доступа, обмена и публикации контента. Масштаб информационных потоков достиг нового качественного уровня. [1]

Следует отметить, что ограниченность круга общения не позволяет распространять идеи на большое расстояние. Именно для выполнения этой цели необходимы первоначальные знания о продвижении в социальных сетях.

В термин «продвижение» мы вкладываем следующий смысл: это комплекс мер, направленных на увеличение известности объекта продвижения, увеличение прибыли с продаж или достижение каких-либо иных целей. Под целями мы понимаем, прежде всего, коммерческие: продажа товаров и услуг, создание и расширение клиентской базы и пр.[2]

Продвижение в социальных сетях довольно трудоемкий процесс, требующий больших затрат личного времени, усердия, целеустремленности.

Рассмотрим методы и способы необходимые для того, что оформить идею:

1. Следует обратить внимание на все социальные сети, что вам известны. Множество людей отдаст предпочтение Вконтакте и Instagram, но не стоит забывать и о других потенциальных возможностях. Чем больше социальных сетей задействовано, тем больше